



Penerapan Service Excellence Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Humas Pemerintah Kota Surabaya (Studi Pada Koridor Co-Working Space)

Aisyah Nila Tsamara

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: aisyahsamara16080314037@mhs.unesa.ac.id

Jaka Nugraha

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: jakanugraha@unesa.ac.id

Abstract

In this increasingly advanced era, the more needs and broad selection of jobs that can be accessed by all levels of society, the obligation to work in balancing humas needs in unavoidable. Therefore, there are many ways in which companies provide their best services, one of which is by changing the work system like at home, but in a unique way Hibbert. The emergence of problems that became the basis of the Surabaya City Government established the Co-working Space Corridor because startup founders, freelancers, and creators who could not continue renting to private companies. This study aims to describe the application of service excellence as an effort to improve the quality of public relations services of the Surabaya City Government. This type of research is descriptive with a qualitative approach, the subjects in this study were the Head of Information Services Sub-Section, Information Service Section Staff, and Corridor employees. And the object of his research is the application of service excellence as an effort to improve the quality of public relations in the city government. Data collection techniques used were interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques used consist of data reduction, data presentation and drawing conclusions with data validity techniques using source triangulation. The result shows that the application of the concept of service excellence in the corridor carried out by the Public Relations has been running well and maximally and in accordance with the objective of the Surabaya City government.

Keywords: *co-working space; public relations; service excellence.*

PENDAHULUAN

Service Excellence merupakan sebuah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis berbentuk fisik (*tangible*) dan kebutuhan emosional yang dirasakan kepada fisiologis pelanggan. Menurut Akib Guntur dan Salam dalam Nur (2017) mengatakan dalam manajemen modern pelayanan prima merupakan suatu pola layanan terbaik yang mengutamakan pelanggan. Dalam pelaksanaannya pelayanan prima memerlukan dukungan pegawai atau karyawan yang handal dan siap, maksudnya pegawai yang mampu menguasai dan mengoperasikan segala alat pendukung dan berbagai macam sistem.

Seiring berkembangnya era global, masyarakat menuntut adanya peningkatan kualitas kinerja, salah satunya kualitas pelayanan. Untuk meningkatkan kualitas layanan para pegawai perlu diberikan arahan dan *training* mengenai pentingnya pelayanan prima. Karena pelayanan yang unggul merupakan cerminan citra dan nama baik bagi perusahaan tersebut. Kenyataannya sering terjadi, organisasi, perusahaan, instansi pemerintah dan kantor belum memperhatikan pelayanan prima.

Menerapkan *service excellence* di sebuah perusahaan dan instansi pemerintahan penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan dalam bentuk memuaskan pelanggan agar menciptakan kepedulian, rasa puas dan kepercayaan kepada pelanggan (Rahmayanty, 2010:18). Dengan demikian, pelayanan prima menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong pangsa pasar suatu perusahaan.

Menurut Hibbert et.al dalam Agirachman & Ekomadyo (2017) merupakan sebuah gaya hidup yang menyatukan konsep bekerja mandiri dan tetap menghadirkan interaksi sosial yang umumnya terjadi di

ruang kerja konvensional sedangkan menurut (Nur, 2017) keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab dalam pelaksanaannya. Hal tersebut juga diterapkan pegawai humas Pemkot dalam melaksanakan tugasnya untuk meningkatkan kualitas layanan karena pelayanan yang prima membuat konsumen merasa keberadaannya dibutuhkan dan diperhatikan.

Berkembangnya *Co-working Space* di berbagai negara, terdapat satu hal yang sangat menarik perhatian adalah perkembangan startup di Surabaya yang cukup pesat sejak tahun 2013 dibuktikan dengan angka pertumbuhan ekonomi Jawa Timur sebesar 6,55% berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dan memiliki kontribusi besar sekitar 98,5% berasal dari umkm dan perusahaan perintis teknologi startup Thertina (2020). Namun dalam keberlangsungan para startup, mereka mengalami kendala yaitu tidak tersedianya fasilitas pelayanan prima yang dilakukan perusahaan swasta sehingga para perintis startup, freelancer dan entrepreneur mengalami keresahan serta rasa terancam karena tidak dapat melanjutkan sewa tempat kepada pihak swasta. Hal ini mendapatkan respon positif oleh Pemerintah Kota Surabaya dengan adanya Koridor *Co-working Space*.

Penelitian ini dilakukan di Koridor *Co-working space* yaitu ruang kerja bersama dan merupakan salah satu layanan humas Pemkot, serta pertama kali didirikan di Indonesia milik Pemerintah Kota Surabaya pada tahun 2017 dan dinaungi oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya yang bergerak dibidang Layanan Informasi. Penelitian ini juga dilakukan di Kantor Humas Pemkot untuk memperoleh sumber data dan informasi oleh Kepala Sub Bagian Layanan Informasi sebagai key informants. Hubungan antara humas dan pemerintah kota terutama pada bidang pelayanan yang ada di Koridor sangat berkaitan erat untuk mencapai tujuan visi misi pemerintah yaitu menjadikan Surabaya sebagai sentra ekonomi kreatif dan teknologi di tingkat global serta menumbuhkan jiwa startup bagi kalangan anak muda terutama yang berdomisili di Kota Surabaya.

Koridor *Co-working space* yang didirikan oleh Pemkot berlokasi di Gedung Siola yang dahulunya lokasi tersebut dialokasikan sebagai gedung alat elektronik musik yang sudah terkenal di Kota Surabaya. Sejak pendirian Koridor, toko-toko alat musik berpindah kebelakang gedung Siola dan masih aktif sampai saat ini. Pada lantai 1 Gedung Siola saat ini dialokasikan sebagai Mall Pelayanan Publik, masyarakat dapat memproses segala keperluan administrasi. Sedangkan pada Lantai 3 yang sekarang di alokasikan sebagai Koridor, dulunya hanya ruangan kosong yang tidak terpakai. Karena ruangan tersebut milik aset pemerintah, oleh karenanya dialih fungsikan sebagai Koridor *Co-working space*.

Koridor *Co-working space* berdiri sejak tahun 2018, terus berkembang dan ramai pengunjung, namun terdapat kekurangan dalam segi pelayanan yaitu tidak tersedianya komputer, sedangkan kebutuhan pengunjung dalam mengakses koridor membutuhkan komputer. Oleh karena itu, Pemkot menabahkan fasilitas baru berupa komputer dengan harapan dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung yang tidak memiliki komputer/laptop.

Menurut kepala sub bagian Layanan Informasi, humas sudah melaksanakan tugas dan memberikan pelayanan yang maksimal baik dari internal startup dan eksternal umum namun pada saat ini masih berfokus pada perkembangan startup sehingga untuk pengunjung umum masih dalam tahap pengawasan saja dalam menggunakan fasilitas koridor. Untuk mengatasi permasalahan tersebut humas harus menerapkan service excellence secara menyeluruh untuk meningkatkan kualitas layanan humas pada koridor.

Pendirian Koridor *Co-working Space* memperoleh penghargaan dari perintis Startup yang sebelumnya sudah mendahului memperoleh prestasi yaitu Best 16 Young Social Entrepreneur oleh Singapore International Foundation pada tahun 2016 kepada Riliv (Konseling Online) dan setelah pendirian koridor juga terdapat prestasi yang telah diraih oleh Ojesy (Female Online Transportation) yang aman untuk perempuan, memperoleh prestasi delegasi Startup World Cup, Silicon Valley, Amerika Serikat

pada tahun 2017. Semua penghargaan tersebut tentu didukung oleh kreativitas pendiri Startup yang semakin bersemangat setelah diberikan wadah/tempat gratis oleh Pemerintah Kota Surabaya.

Dari sumber Smescoindonesia.com oleh Sigit yang diterbitkan pada 18 November 2019 menjelaskan Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki mengatakan, pihaknya akan mendesain format Smesco Indonesia agar benar-benar menjadi pemasaran produk UKM yang diminati pasar domestik dan luar negeri, pembangunan Co-working Space mendatang juga akan didirikan oleh Instansi Pemerintah Jakarta Lembaga Layanan Pemasaran Koperasi dan UKM (LLP-KUKM) di Gedung Smesco Indonesia dengan mengusung konsep “One Stop Service” dalam waktu dekat, namun masih belum terbukti keberhasilannya dalam meningkatkan digital startup maupun freelancer.

Menurut Fauzi (2015) dalam penelitiannya mempertanyakan mengenai keberadaan Co-working Space di luar negeri dapat diuji sebagai tolak ukur keberhasilan tempat/wadah untuk mempromosikan kewirausahaan didaerah yang jarang (Wales Selatan), jawabannya adalah benar bahwa keberadaan ruang kerja bersama berdampak pada perekonomian startup. Dalam penelitiannya menjelaskan terdapat dua co-working space yaitu IndyCube penyedia ruang kerja bersama dengan 22 situs, didasarkan pada kepercayaan pada komunitas otonom yang dikelola sendiri dan Welsh Ice rumah bagi lebih dari 85 perusahaan dan lebih dari 150 pekerja yang dirancang untuk mendukung jaringan dan memfasilitasi hubungan dimana anggota tidak adil berinteraksi tetapi juga bertukar informasi. Peneliti menyimpulkan bahwa jaringan komunikasi dan relasi dapat mempengaruhi kerjasama sesama entrepreneur.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Service Excellence Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Humas Pemerintah Kota Surabaya (Studi Pada Koridor Co-working Space)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan service excellence di Koridor dan untuk mengetahui upaya humas dalam melakukan peningkatan pelayanan di Koridor Co-Working Space Siola.

KAJIAN PUSTAKA

Pelayanan Prima (Service Excellence)

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun (2003) Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik menyatakan bahwa hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat serta perwujudan aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Pelayanan ini didukung dengan standar kualitas yang tinggi dan mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat secara konsisten dan akurat (Rahmayanty, 2010:18). Sehingga para pelaku bisnis dengan adanya pelayanan prima ini mampu: 1) layanan prima membuat pelanggan merasa tenang, 2) melayani pelanggan dengan ramah cepat dan tepat, 3) pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan, 4) upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan (Barata, 2003:27). Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Pelayanan Prima (Service Excellence) adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan mengikuti perkembangan kebutuhan secara konsisten dan handal serta menghasilkan kepuasan yang optimal.

Konsep pelayanan prima menurut Barata (2003:31), menyatakan bahwa keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan pemilihan konsep A6 yang meliputi Ability (kemampuan), Attitude (sikap), Appearance (penampilan), Attention (perhatian), Action (tindakan), dan Accountability (tanggung jawab). Sedangkan pendapat lain menyatakan bahwa konsep pelayanan prima meliputi: 1) pribadi prima tampil ramah, 2) pribadi prima tampil sopan, 3) pribadi prima tampil yakin, 4) pribadi prima tampil rapi, 5) pribadi prima tampil ceria, 6) pribadi prima senang memaafkan, 7) pribadi prima senang bergaul, 8) pribadi prima tampil belajar dari orang lain, 9) pribadi prima senang dalam kewajaran, dan 10) pribadi prima senang menyenangkan orang lain (Pendit, 2004:51). Sehingga dari konsep pelayanan prima tersebut disimpulkan bahwa keberhasilan dalam mengembangkan pelayanan prima dapat diterapkan dengan

konsep A6 dan didukung dengan kepribadian pegawai yang ramah, rapi, dan sopan sehingga menciptakan pelayanan prima yang baik dan unggul.

Menurut Sutopo dan Suryanto (dalam Suminar & Apriliawati, 2017:8) tujuan pelayanan prima untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dapat melalui dua sektor yaitu: 1) sektor publik yang berfokus bahwa pelayanan adalah pemberdayaan; dan 2) sektor bisnis yang berfokus pada profit atau keuntungan. Dalam menjalankan dua sektor di atas, pelayanan prima ini memiliki tujuan lain yaitu untuk mencegah adanya kesalahan sehingga mampu membangun sebuah kesetiaan pelanggan atau customer loyalty (Rahmayanty, 2010:8). Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa tujuan pelayanan prima untuk memberikan kepuasan maksimal terhadap pelanggan, dan berdasarkan pengamatan di lapangan, koridor merupakan bentuk pelayanan prima yang termasuk dalam sektor publik.

Kualitas Layanan

Menurut Sunyoto (dalam Maria & Anshori, 2013) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran dalam melakukan penilaian atas suatu barang atau jasa yang memiliki nilai guna, sedangkan layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh penyedia jasa kepada pelanggan dalam kegiatan ekonomi oleh salah satu pihak kepada pihak lain (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2011:37). Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah ukuran dalam melakukan penilaian atas suatu barang atau jasa yang memiliki nilai guna dalam kegiatan ekonomi.

Terdapat tiga hal penting dalam proses layanan, termasuk pada sistem kerja koridor co-working space, yaitu: 1) penyedia layanan (service provider), 2) penerima layanan (service receiver), 3) jenis layanan (Rahmayanty, 2010:9). Ketiga hal di atas merupakan layanan yang sangat penting sebagai bentuk pelayanan prima humas kepada pengguna fasilitas. Untuk mendukung keberhasilan penerapan service excellence pada koridor hal tersebut didukung oleh pernyataan menurut Vincent Gesper (dalam Maddy, 2009:10) kualitas pelayanan meliputi dimensi, yaitu: 1) kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramah tamahan, 2) kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi ruangan tempat pelayanan, dan 3) kualitas pelayanan berhubungan dengan lokasi, kebersihan, ac, dan alat komunikasi lain-lain. Sehingga dapat disimpulkan keberhasilan proses layanan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan perlu didukung oleh personalia pegawai yang memiliki sikap ramah tamah dan komunikasi yang baik.

Dalam upaya peningkatan kualitas layanan Humas Pemkot berperan penting dalam melakukan pendekatan terhadap pengunjung di koridor, antara lain melalui pendekatan kemauan (Rahmayanty, 2010:47): 1) kemauan untuk melihat (willing to see), 2) kemauan untuk mengatakan (willing to say), 3) kemauan untuk menyimpan (willing to save), 4) kemauan untuk memecahkan masalah (willing to solve), dan 5) kemauan untuk melayani (willing to serve). Pendapat lain dikemukakan oleh Albrcht (dalam Zulian, 2010:25) bahwa pendekatan memiliki dua konsep, yaitu: 1) service triangle atau segitiga layanan; dan 2) total quality service atau layanan mutu terpadu. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam upaya meningkatkan kualitas layanan perlu adanya pendekatan kemauan dengan memperhatikan segitiga layanan dan layanan mutu terpadu.

Hubungan Masyarakat

Menurut Suwatno (2018:3), definisi humas merupakan fungsi manajemen yang khas dalam membangun dan memelihara hubungan mutualistik dari komunikasi, pemahaman, serta memanfaatkan penelitian sebagai alat utamanya.

Sedangkan Pramono (2019:10), menyatakan bahwa kegiatan humas secara garis besar meliputi hubungan dengan masyarakat intern dan ekstern disebut sebagai ruang lingkup humas yang diciptakannya, dipertahankan dan dilindungi reputasi organisasi atau perusahaan merupakan tujuan humas. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang dapat memelihara hubungan komunikasi pada ruang lingkup intern dan ekstern.

Ruang lingkup humas, kegiatan secara garis besar meliputi hubungan dengan masyarakat intern, yaitu para pegawai dan pemegang saham. Menurut Pramono (2019:10), ruang lingkup humas dibagi menjadi dua sebagai berikut:

Internal public relations, yaitu: 1) hubungan Dengan Karyawan (Employee Relations), seorang humas harus mampu berkomunikasi dengan segala macam karakter karyawan, baik secara formal maupun informal; 2) hubungan Sesama Manusia (Human relations), ruang lingkup humas menyangkut hubungan yang baik yang harus dibina oleh pimpinan dengan seluruh karyawan humas; 3) hubungan Dengan Buruh (Labour Relations) , seorang humas bertugas untuk menjaga hubungan baik antara pimpinan dengan para buruh; 4) hubungan dengan Para Manajer (Manager Relation) , manajer adalah orang-orang terpilih yang berandil besar dalam menentukan kebijakan perusahaan; 5) hubungan Sesama Manusia (Human Relations) , ruang lingkup humas ini menyangkut hubungan yang baik yang harus dibina oleh perusahaan dengan seluruh warga perusahaan dan nantinya akan memunculkan team work yang baik.

External Public Relations, yaitu: 1) hubungan dengan komunitas, membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian humas terhadap lingkungan koridor, pemerintah kota tidak mengambil keuntungan dari pengunjung, tetapi ikut peduli dan memfasilitasi tanpa ada pungutan biaya/gratis; 2) hubungan dengan pelanggan (Customer Relations) , membina hubungan baik dengan pelanggan dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perusahaan itu sendiri.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa ruang lingkup humas meliputi kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, yang dibagi menjadi dua yaitu internal public relations dan external public relations dalam

Tujuan Humas menurut Widjaja (2008:55), yaitu untuk meningkatkan hubungan harmonis dengan pihak umum. Humas juga bertujuan untuk memperluas prestise dan menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen atau pelanggan lebih sering melakukan buying decision atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan (Suratman & Wulandari, 2017:13). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa tujuan humas adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperluas prestise, mendukung citra-citra, serta meningkatkan hubungan yang harmonis terhadap konsumen atau pelanggan.

Manfaat Humas, manfaat hubungan masyarakat menurut jefkins 1998 (dalam Suratman & Wulandari, 2017:13) Manajemen Krisis organisasi harus menyadari pentingnya serangkaian persiapan dan kesiapan tersendiri untuk mengatasi berbagai masalah mendesak. Terlebih yang berkaitan dengan hubungan pers dan media. Sedangkan menurut Jefkins (2013:30), yaitu: 1) menciptakan dan memelihara citra yang baik dan tepat atas perusahaannya; 2) membantu segala sesuatu yang berkaitan dengan citra perusahaan; 3) memberi nasehat dan masukan terhadap manajemen perusahaan mengenai masalah yang terjadi dan juga solusinya; dan 4) menyediakan jasa informasi kepada publik mengenai kebijakan perusahaan untuk menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dan mencapai pengertian publik. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa manfaat humas untuk melindungi dan mengatasi berbagai masalah serta membantu segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan secara baik.

Fungsi Utama Humas menurut Greener (2002:16), yang dilakukan oleh seorang humas dalam organisasinya meliputi: 1) membina dan menyelenggarakan publikasi dan penerangan; 2) membina dan menyelenggarakan hubungan dengan masyarakat melalui pers dan media; 3) mengadakan analisis dan evaluasi berita dan menyampaikan rekomendasi.

Sedangkan menurut Greener (2002:16), terdapat tiga fungsi humas dalam sebuah organisasi yaitu: 1) jasa humas lebih murah jika dibandingkan metode mengkomunikasikan dan mempublikasikan pesan lainnya; 2) opini yang tidak memihak; dan 3) humas menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa fungsi humas

adalah membina, menyelenggarakan, mengevaluasi berita, dan dalam jasanya humas bisa membantu serta melengkapi tujuan pertumbuhan dan keuntungan secara umum.

Co-working Space

Co-working merupakan sebuah gaya hidup menyatukan gaya konsep bekerja mandiri deskmag (dalam Stumpf, 2013:6). Sebelum kemunculannya, co-working space dikenal dengan istilah SOHO (Small Office Home Office) yakni tempat untuk pekerja lepas bekerja apabila sedang bosan kerja dirumah Dwiyana (2016). Keberhasilan startup dipengaruhi oleh nilai-nilai yang terdapat pada Co-working Space yaitu: 1) komunitas, 2) Akseibilitas, 3) kolaborasi, 4) komunitas, 5) keterbukaan, 6) kreativitas. Berdasarkan pengertian co-working space di atas dapat disimpulkan bahwa co-working space adalah ruang kerja bersama yang digunakan oleh individu yang bekerja sendiri maupun bekerja untuk perusahaan/organisasi serta menjadi tempat bekerja pengganti ruang kantor.

Perkembangan Co-working Space pertama kali dikenal publik umum saat kemunculan organisasi nirlaba bernama C-Base di tahun 1995 para pesertanya dikenal dengan nama Hackerspace, nama oleh Bernard Brian pada tahun 1999. Perkembangan Co-working space masuk di Indonesia pertama kali oleh Yohan Totting pendiri Hackerspace di Kota Bandung pada tahun 2010. Menurut Jones et al 2009 (dalam Stumpf, 2013:4) perubahan teknologi menunjukkan bahwa tidak perlu berada dikantor untuk melakukan pekerjaan, dan itulah yang membuat Co-working space menjadi pilihan pertama sebagai ruang bekerja dimana orang lain bebas memilih tempat yang mereka ssenangi untuk melakukan pekerjaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan service excellence sebagai upaya peningkatan kualitas layanan humas pemerintah kota Surabaya. Pendekatan yang digunakan dala penelitian ini adalah kualitatif dimana data diperoleh dari kegiatan observasi dengan diinterpretasikan data lapangan untuk didupatkannya hasil data (Sugiyono, 2016:53).

Penelitian ini dilakukan di Koridor Co-working Space Jl. Tunjungan Siola No.1 Kode Pos 60275 Surabaya dan Kantor Humas Pemerintah Kota Surabaya Jl. Jimerto no. 8 Surabaya. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2019 - April 2020.

Penelitian ini subyeknya berjumlah delapan orang, terdiri dari kepala sub bagian Humas, Staff bagian layanan informasi, karyawan di Koridor, pelanggan umum dua orang, dan startup tiga orang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. observasi dilakukan untuk mengamati kegiatan pada koridor, wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti kemudian dokumentasi digunakan untuk mengambil gambar atau dokumen pendukung sebagai bukti penelitian. Pada penelitian ini *in-depth interview* digunakan peneliti untuk mendapatkan data dari kepala sub bagian humas yang sedang melaksanakan kegiatan dikantor. Penentuan sampel di tentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (Moleong, 2011:157).

Teknik Uji Validitas Data

Triangulasi yang dilakukan peneliti adalah triangulasi sumber. Narasumber yang digunakan sebagai triangulasi sumber untuk mendapatkan data yang absah adalah kepala sub bagian Layanan Informasi

dan pegawai koridor. Berdasarkan data yang telah didapatkan peneliti melakukan pencocokan dengan kepala sub bagian layanan informasi sebagai penanggung jawab di Kantor Humas menyatakan bahwa kinerja humas sudah bagus dan sesuai dengan SOP yang berlaku (Satori & Komariah, 2017:94).

Teknik Analisis Data

Tahapan analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah: 1) *Data Collection*, peneliti melakukan pencarian data yang diperlukan terhadap berbagai jenis data dan bentuk data yang ada di lapangan; 2) *reduction*, peneliti melakukan reduksi data lapangan melalui wawancara dan observasi. Peneliti mewawancarai kepala sub bagian layanan informasi, staff bagian layanan informasi, dan pegawai koridor; 3) *display*, proses memindahkan data penelitian menjadi bentuk tulisan kemudian dimasukkan data tersebut sesuai dengan pembahasannya. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan data yang diperoleh dapat disajikan dengan alur penyampaian informasi dan konsultasi; dan 4) *conclusion/ferification* peneliti menarik kesimpulan dengan data yang telah dianalisis melalui proses reduksi dan juga memperhatikan hasil display data dengan berpedoman pada rumusan masalah (Moleong, 2006:338).

Instrumen penelitian pada penelitian kualitatif adalah *human instrument* atau manusia sebagai informan maupun yang mencari data dan instrument utama penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri sebagai pengumpul data. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan sejumlah informasi yang dibutuhkan dengan membawa beberapa pedoman yang digunakan sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data dengan Teknik wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan *service excellence* sebagai upaya peningkatan kualitas layanan humas pemerintah kota surabaya (Studi pada Koridor *Co-working Space*)

Hasil penelitian ini digunakan untuk mengetahui secara mendalam mengenai penerapan *service excellence* dan upaya humas dalam melakukan peningkatan pelayanan koridor.

Penerapan Service Excellence Koridor *Co-working Space*

Kemajuan Kota Surabaya tidak lepas dari struktur pemerintah kotanya yang maju, terbukti memperoleh predikat Anugrah Kihajar pada tahun 2019 dengan kategori tertinggi pada tingkat pemerintah daerah kota/kabupaten Se-Indonesia. Salah satu struktur organisasi yang menunjang keberhasilan pemerintah kota adalah Divisi Humas dikarenakan mampu memberikan kontribusi terbaik sebagai abdi masyarakat, hal tersebut terbukti salah satunya dengan aktif di Sosial Media Instagram @Inisurabaya untuk memberikan berita-berita terkini mengenai perkembangan Kota Surabaya. Disamping itu dengan kemajuan Kota Surabaya diimbangi dengan pertumbuhan digital *startup*, kreator, *entrepreneur* dan umkm.

Hal yang sangat menarik perhatian adalah perkembangan *startup* di Surabaya yang cukup pesat sejak tahun 2013 dibuktikan dengan angka pertumbuhan ekonomi Jawa Timur sebesar 6,55% berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dan memiliki kontribusi besar sekitar 98,5% berasal dari umkm dan perusahaan perintis teknologi *startup* Thertina (2020). Namun mereka mengalami kendala yaitu tidak tersedianya fasilitas pelayanan prima yang dilakukan perusahaan swasta sehingga para perintis *startup*, *freelancer* dan *entrepreneur* mengalami keresahan dan rasa terancam karena tidak dapat melanjutkan sewa tempat kepada pihak swasta, sehingga pemerintah merasa ini merupakan masalah besar karena berpengaruh pada perekonomian masyarakat dan pembangunan kualitas hidup, hal ini menjadi suatu masalah yang sangat krusial bagi pemerintah kota surabaya, oleh karena itu pelayanan prima sangat dibutuhkan untuk menjamin keberlangsungan umkm dan digital startup, sebab itu pemerintah memberikan respon yang sangat positif serta memberikan *service excellence* melalui Koridor *Co-working Space*.

Koridor co-working space merupakan salah satu jenis pelayanan publik yang dinaungi oleh Pemerintah Kota Surabaya dibantu oleh Bagian Hubungan masyarakat (Humas). Dengan pendirian koridor Co-working space diharapkan dapat memberikan pelayanan yang bisa memenuhi dan memuaskan startup, masyarakat dan komunitas digital. Startup yang bergabung terbilang banyak, menurut kusyogo pegawai koridor: “dari anak-anak muda surabaya banyak sekali yang bergabung tentunya mereka harus memiliki izin dari Ibu Risma untuk bisa menggunakan fasilitas koridor Co-working space dengan mengirimkan proposal atau CV terutama para pendiri usaha yang sudah berjalan minimal satu tahun, kalau dari kreawi terdapat 1000 startup yang sudah diberikan izin oleh Pemerintah Kota”.

Koridor Co-working Space terdapat tujuh ruang, yaitu: 1) paduraksa dan ruang baur yang dapat diakses pengguna umum; 2) ruang sesrawungan; 3) lorong gawe; 4) sinausini; 5) obah mama; 6) 5.5; dan 7) pusran dan renjana.

Koridor dapat diakses secara 24 jam gratis alias tidak dipungut biaya apapun, hanya menyerahkan tanda pengenalan, tempat parkir kendaraan dan lokasi yang cukup aman serta sarana prasarana yang menunjang pengguna untuk menggunakan fasilitas yang ada pada Koridor.

Dari berbagai startup yang bergabung mereka juga memiliki prestasi untuk Kota Surabaya, yaitu: 1) riliv (Konseling Online): pelopor gaya hidup sehat mental, bebas dari masalah melalui kemudahan teknologi dan sentuhan psikolog, memperoleh prestasi yaitu: Best 16 Young Social Entrepreneur oleh Singapore International Foundation Tahun 2016; ojesy: Female online transportation platform yang aman untuk perempuan mengatasi masalah ketidaknyamanan perempuan saat naik public transportation dengan menyediakan transportasi khusus terjamin. Prestasi yang pernah diraih, Yaitu: Delegasi Startup World Cup, Silicon Valley, di Amerika Serikat Tahun 2017.

Prestasi yang diperoleh dari para perintis startup menjadi kebanggaan tersendiri oleh Walikota Surabaya Ibu Tri Risma Harini. Dalam melakukan wawancara kepada kepala sub bagian Bapak Jeffry mengatakan: “ibu risma sangat terharu atas prestasi para startup, dikarenakan atas pembangunan koridor ibu merasa tidak sia sia, bahkan masyarakat surabaya mampu meneruskan kelangsungan hidup dengan perekonomian yang sangat baik”.

Kontinuitas perintis startup dalam mengembangkan usahanya di bagian barang maupun jasa, terdapat hal yang sangat menarik. Perlu kita ketahui oleh-oleh makanan Kue Tugu Jogja yang sangat laris di pasaran Kota Jogja ternyata dalam pembuatan wadah/packaging makanannya merupakan produk dari salah satu startup yang ada di Surabaya bernama Tata Rupa.



Hal ini merupakan bukti bahwa digital startup dapat berkembang diberbagai wilayah menyeluruh seluruh indonesia.

Pembangunan Co-working Space mendatang juga akan didirikan oleh Instansi Pemerintah Jakarta Lembaga Layanan Pemasaran Koperasi dan UKM (LLP-KUKM) di Gedung Smesco Indonesia dengan mengusung konsep “One Stop Service” dalam waktu dekat, namun masih belum terbukti keberhasilannya dalam meningkatkan digital startup maupun freelancer. Jika dibandingkan dengan Koridor, hasil nyata terbukti mengalami peningkatan kunjungan oleh visitor sebesar 75.638 pada tahun 2018 dan 120.249 pada tahun 2019 meningkat sebesar 58,97%. Selain itu berdirinya Koridor Co-working space di Surabaya berdampak pada masuknya investasi sebesar 57 Triliun bahkan melebihi target sebesar 41,58 Triliun, lebih dari 98,5% berasal dari umkm, dan perusahaan perintis teknologi startup Thertina (2020). Selain itu keberhasilan melalui Koridor terbukti menjadi proyek percontohan (Pilot Project) yang dirancang sebagai pengujian atau tryal dalam rangka untuk menunjukkan keefektifan suatu pelaksanaan program pemerintah, dan mengetahui dampak pelaksanaan program serta strategi oleh Kehumasan Pemerintah Kota Kalimantan.

Upaya humas dalam melakukan peningkatan pelayanan di koridor co-working space

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan humas memiliki berbagai upaya agar mendapatkan kesan yang sangat baik dari pengunjung dalam negeri maupun luar negeri terhadap fasilitas layanan pemerintah kota surabaya.

Tujuan utama humas untuk menciptakan, mempertahankan, dan melindungi reputasi pemerintahan. Humas juga bertujuan untuk memperluas prestise dan menampilkan citra-citra yang mendukung (Suratman & Wulandari, 2017:13). Dalam hasil wawancara, kepada kepala sub bagian Bapak Jeffry mengatakan: “humas sudah berupaya besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang datang di koridor, dengan memberikan perhatian, komunikasi yang baik, dapat memecahkan masalah jika terdapat komplain dari pengunjung. Hal tersebut kami lakukan agar koridor memiliki manfaat yang besar bagi perintis startup, begitupun dengan harapan Bu Risma yang menginginkan para milenial berkembang dalam persaingan ekonomi kreatif”.

Peneliti juga memperoleh hasil wawancara dengan pengguna koridor, bernama Andi dan Salma, mereka berdua mengungkapkan hasil wawancara yang sama bahwa pihak pegawai humas koridor sudah menjalankan tugasnya dengan baik serta cekatan dalam menyelesaikan masalah yang ada di Koridor, seperti contohnya: komputer yang tidak bisa menyala, dan membantu mengakses pengisian data diri di meja depan resepsionis. Dapat disimpulkan bahwa tujuan utama humas menurut (Suratman & Wulandari, 2017:13) sebagai upaya peningkatan layanan koridor telah dijalankan dengan sangat baik oleh pegawai humas koridor dan humas pemkot.

Fungsi humas pemerintah, yaitu: 1) membina dan menyelenggarakan publikasi dan penerangan; 2) membina dan menyelenggarakan hubungan dengan masyarakat melalui pers dan media lainnya; 3) mengadakan analisis dan evaluasi berita dan menyampaikan rekomendasi; dan 4) menyelenggarakan dokumentasi atas kegiatan departemen-departemen (Kasmirus, 2013:3).

Ruang lingkup humas dibagi menjadi dua, yaitu: pertama, internal public relations meliputi: a) hubungan dengan karyawan (Employee Relations), seorang humas harus mampu berkomunikasi dengan segala macam karakter karyawan, baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran dari pengunjung sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Kepala sub bagian humas mengatakan sudah melakukan semua kewajiban terkait komunikasi terhadap karyawan humas dan karyawan koridor untuk menjalankan perintah dengan benar; b) hubungan sesama manusia (Human relations), ruang lingkup humas menyangkut hubungan yang baik yang harus dibina oleh pimpinan dengan seluruh karyawan humas. Humas pemkot rutin melakukan koordinasi terkait kondisi koridor, baik membahas dari berbagai aspek fasilitas, komputer, kerusakan, dan lain-lain; kedua, external Public Relations meliputi: hubungan dengan komunitas, membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian humas terhadap lingkungan koridor, pemerintah kota tidak mengambil keuntungan dari pengunjung, tetapi ikut peduli dan memfasilitasi tanpa ada pemungutan biaya/gratis.

Namun masih saja terdapat kekurangan terkait tidak tersedianya kotak saran dan kritik pada lingkungan koridor co-working space, hanya terdapat penilaian bintang pada web koridor. Kepala sub bagian humas mengatakan akan menindaklanjuti dengan menyediakan kotak saran melalui web yang dapat di akses seluruh pengunjung, dan masih pada tahap direncanakan karena fokus pemkot dan humas masih tertuju pada berkembangnya pendiri startup bukan pada pengunjung eksternal.

Mencegah persepsi pengunjung yang buruk mengenai pelayanan yang diberikan oleh humas di koridor maka humas melakukan pendekatan dengan cara melakukan pengecekan berkala dan memberikan informasi lengkap kepada pengunjung terkait penggunaan fasilitas koridor sehingga pengunjung merasa diperhatikan. Hal tersebut merupakan upaya humas untuk mengendalikan persepsi buruk pengunjung.

Kepala sub bagian humas berperan penting dalam memberikan tugas kepada divisi lain, dengan adanya pegawai humas yang bertugas pengunjung menjadi terarah dalam menggunakan fasilitas serta memenuhi kebutuhan untuk mengakses koridor. Dalam penerapannya terdapat konsep A6 pelayanan prima, menurut (Barata, 2003:31), yaitu: 1) kemampuan (Ability), kemampuan pengetahuan keterampilan yang mutlak meliputi bidang kerja; 2) sikap (Attitude), perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pengunjung meliputi kesopanan dan bersikap menghargai; 3) penampilan (Appearance), penampilan terhadap karyawan koridor yang mampu merefleksikan kepercayaan dirinya; 4) perhatian (Attention), kepedulian penuh terhadap pengunjung berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, maupun pemahaman atas saran dan kritik pengunjung; 5) tindakan (Action), tindakan pihak internal koridor untuk emberikan layanan kepada pengunjung, menanyakan dan mewujudkan kebutuhan; dan 6) tanggung jawab (Accountability), sikap keberpihakan kepada pengunjung sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan kerugian atau ketidakpuasan pengunjung.

Triangulasi sumber yang dilakukan dengan kepala sub bagian humas yang menyatakan bahwa selama ini humas selalu ikut serta dalam memberikan solusi jika ada permasalahan dan memberikan pelayanan yang prima kepada pengunjung.

Menurut humas pemkot penerapan pelayanan prima dan upaya humas dalam meningkatkan kualitas layanan adalah salah satu kunci dalam menjaga kepercayaan pengunjung atau hubungan baik dengan internal, media dan pengunjung. Dalam melakukan observasi dilapangan, peneliti memperoleh data bahwa humas pemkot sudah melaksanakan kewajiban sesuai SOP untuk meningkatkan kualitas dengan menerapkan layanan prima kepada pengguna fasilitas, hal tersebut sesuai dengan tujuan pelayan prima yaitu memperhatikan dan mementingkan kebutuhan pelanggan sesuai standar kualitas yang tinggi (Rahmayanty, 2010:13).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penerapan service excellence sebagai upaya peningkatan kualitas layanan humas pemerintah kota surabaya (studi pada koridor co-working space) dapat disimpulkan sebagai berikut.

Penerapan service excellence yang dilakukan pemkot dibantu oleh humas pemkot adalah dengan menerapkan konsep A6 yang dapat menunjang keberhasilan untuk menguasai kondisi internal dan eksternal koridor.

Upaya humas dalam meningkatkan kualitas layanan ditunjang dengan kelengkapan fasilitas sarana dan prasarana oleh pemkot dan memberikan pelayanan prima yang baik dan dapat koridor diakses secara gratis. Namun masih terdapat kelemahan tidak tersedianya penilaian kritik dan saran yang dapat di akses pengunjung di area koridor, walaupun pihak humas telah merancangnya dengan pembuatan penilaian berupa web dan masih belu terealisasikan.

Adapun beberapa keterbatasan penelitian yang terjadi antara lain: 1) peneliti hanya berfokus pada penerapan service excellence sebagai upaya peningkatan kualitas layanan humas pemerintah kota surabaya studi pada koridor co-working space; 2) penelitian ini dilakukan di Koridor Co-working Space dan kantor humas; 3) penelitian hanya difokuskan pada divisi humas pemkot, tidak pada pemerintah kota.

Saran yang diajukan peneliti dalam ini yaitu: 1) mempertahankan service excellence yang telah terbentuk; 2) wajib menjaga fasilitas pemkot dan terus berkembang dalam hal melayani pengunjung, dikarenakan sapa saat ini hanya pemerintah kota surabaya saja yang memiliki layanan koridor co-working space; 3) melakukan kerjasama yang abik antara pihak internal dan eksternal agar grafik pengunjung setiap tahun tetap meningkat; 4) bagi peneliti selanjutnya lebih baik bisa mencari informasi meluas pada pihak internal pemerintah kota agar data dan informasi semakin banyak dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agirachman, F.A. & Ekomadyo, A.S. (2017). Analisis Teori Jaringan Aktor pada Co-Working Space dan Komunitas Startup di Bandung. *Jurnal Arsitektur Dan Perkotaan*. 8(2), 206-212.
- Barata, A.A. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Dwiyana, E.E. (2016). Motivasi Mahasiswa Pengunjung Koridor Co-working Space di Gedung Siola Surabaya. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*. 12(1), 1-8.
- Fauzi, A. (2015). Co-Working Paces for Promoting Entrepreneurship in Sparse Regions: the Case of South Wales. *Regional Studies, Regional Science*. 2(1), 462-469.
- Greener, T. (2002). *Kiat Sukses Public Relations dan Pembentukan Citranya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Jefkins, F. (2013). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmirus, W. (2013). Peran Kehumasan dalam Membangun Citra Pemerintah di Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Administrasi Reform*. 1(1), 190-208.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Lovelock, Wirtz, & Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Maddy, K. (2009). *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*. Jakarta: Chama Digit.
- Maria, M. & Anshori, M.Y. (2013). Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 6(1), 50-51.
- Moleong, L.J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nur, M. (2017). Kualitas Pelayanan Prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. *Jurnal Office*. 3(1), 1-9.
- Pendit, N.S. (2004). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.

- Pramono, J. (2019). *Otomatisasi Tata Kelola Humas & Keprotokolan*. Yogyakarta: And.
- Rahmayanty, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Satori, D. & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stumpf, C. (2013). *Creativity & Space: the Power of BA in Coworking Spaces*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suminar, R. & Apriliawati, M. (2017). Pelayanan Prima pada Orang Tua Siswa di Sempoa Sip TC Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari*. 4(2), 1-25.
- Suratman, B. & Wulandari, S.S. (2017). *Public Relation Talents of PR*. Jakarta: Salemba.
- Suwatno. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Thertina, M.R. (2020). Investasi Masuk Surabaya Rp 57 T, Sebesar 98% dari UMKM dan Startup. *katadata.com*. (<https://katadata.co.id>, diakses pada 11 Januari 2020).
- Widjaja, H.A.W. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Zulian, Y. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.